



**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN**

**CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de Investigación previo  
a la obtención del Título de Licenciada  
en Comunicación Social,  
Mención: Periodismo**

**TEMA:**

Propuesta de implementación de un departamento de Relaciones Públicas en la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.

**AUTORA:**

Erika Priscila Quituisaca Palaguachi

**TUTOR:**

Dr. Edgar Salvador Pesántez Torres

**Cuenca-Ecuador**

**2013**

Quituisaca Palaguachi /2013



**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**

## **RESUMEN**

El presente trabajo es una propuesta de implementación de un departamento de Relaciones Públicas dentro de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.

La Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., es una empresa cuencana que se dedica a la actividad de la ingeniería civil, en la ciudad de Cuenca y Cañar. La Constructora como empresa nueva, no tiene bien delimitado los departamentos a funcionar en sus instalaciones, es por esto que aparte de la propuesta de la creación de un departamento de Relaciones Públicas, se realiza un aporte que contiene un organigrama lineal en donde se determina las funciones de cada departamento en orden jerárquico con el nombre de la persona asignada para cada función, la misión, visión y objetivos de la empresa están realizadas de acuerdo a los antecedentes y actividades que realiza la constructora.

Este trabajo trata de demostrar la importancia de la creación de un departamento de Relaciones Públicas dentro de la empresa, para mejorar la comunicación interna y externa, y de esta manera crear un ambiente de armonía que facilite el alcance de las metas propuestas por los administradores a base de la buena comunicación y de las buenas relaciones humanas.

## **PALABRAS CLAVES**

Relaciones Públicas, Constructora, Comunicación Interna, Comunicación Externa, Relaciones Humanas, Junta General de Socios, Organigrama, Misión, Visión, Objetivos, Metas trazadas, Compañía Limitada.



**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**

**ABSTRACT**

This project is a proposal to implement the Public Relations Department for M&V Construction Company, Mejia & Verdugo Cia. Ltda.

The M&V Construction Company, Mejia & Verdugo Cia. Ltda, is a Cuencana company which develops civil engineering activities in Cuenca and Cañar. The company is a new society which has not structured the departments supporting it. For this reason, this proposal aims not only to create a Public Relations Department but also to create an organizational and staffing structure determining each department in a hierarchical order with the worker's name and responsibilities, and the company's the mission, vision, and objectives.

This proposal attempts to show the importance of incorporating a Public Relation Department to improve the internal and external communication. Thus, a better environment will be created which allows achieving the main goals set by the founding partners based on good communication and excellent human relationships.

**KEY WORDS**

Public Relations Department, Construction Company, Internal Communication, External Communication, Human Relationships, General Meeting of Shareholders, Organization Structure, Mission, Vision, Objectives, Accomplish Targets, Limited Company.



**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**

**INDICE**

**CAPITULO I.- CONCEPTOS Y DEFINICIONES**

- 1.1.- Las Relaciones Públicas
  - 1.1.1.- Importancia del Departamento de Relaciones Públicas
- 1.2.- Las Relaciones Humanas
- 1.3.- Comunicación Interna y Comunicación Externa
  - 1.3.1.- La Comunicación Interna
  - 1.3.2.- La Comunicación Externa
- 1.4.- La Compañía Limitada y su ente regulador
  - 1.4.1.- Concepto de Compañía Limitada
  - 1.4.2.- Ente regulador de Compañías Privadas
- 1.5.- Organigrama, Misión, Visión y Objetivos
  - 1.5.1.- Organigrama
  - 1.5.2.- Misión
  - 1.5.3.- Visión
  - 1.5.4.- Objetivos

**CAPITULO II.- ANTECEDENTES DE LA CONSTRUCTORA M&V MEJIA & VERDUGO CÍA.LTDA.**

- 2.1.- Descripción de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.
- 2.2.- Objetivo Social de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.

**CAPITULO III.- APORTES PARA LA CONSTRUCTORA M&V MEJÍA & VERDUGO CÍA. LTDA.**

- 3.1.- Organigrama Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.
- 3.2.- Misión de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.
- 3.3.- Visión de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.
- 3.4- Departamento de Relaciones Públicas de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**  
Fundada en 1867

Yo, Erika Priscila Quituisaca Palaguachi, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autora

  
Erika Priscila Quituisaca Palaguachi  
C.I. 0105414510



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS  
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
**SECRETARIA**

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316  
e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103  
Cuenca - Ecuador



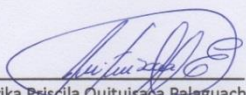
**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

Fundada en 1867

Yo, Erika Priscila Quituisaca Palaguachi, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Licenciada en Comunicación Social, Mención Periodismo. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

  
Erika Priscila Quituisaca Palaguachi  
C.I. 0105414510



UNIVERSIDAD DE CUENCA  
FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS  
Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN  
SECRETARÍA

*Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999*

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316  
e-mail [cdjbv@ucuenca.edu.ec](mailto:cdjbv@ucuenca.edu.ec) casilla No. 1103  
Cuenca - Ecuador





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

## INTRODUCCION

El presente trabajo es una propuesta de creación de un departamento de Relaciones Públicas dentro de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.

Esta propuesta se hace en base a ciertos problemas que la empresa ha presentado sobre todo en el ámbito comunicativo del personal interno creando un ambiente tenso, lleno de malos entendidos y por ende de malas condiciones laborales.

En el primer capítulo se encuentran los conceptos y definiciones utilizadas a lo largo del desarrollo de este planteamiento, ya que es importante conocer que son las Relaciones Públicas, de donde nacen y para qué sirven, así mismo la importancia que tiene un departamento que cumpla estas funciones dentro de una empresa. Las Relaciones Públicas están ligadas ampliamente a las Relaciones Humanas ya que si bien es cierto las Relaciones Públicas se ocupa de la comunicación interna y externa de la empresa, es importante también saber cómo se debe tratar a la gente interna y externa.

Como funcionaria de la institución propongo la creación de un departamento de Relaciones Públicas dentro de esta entidad el mismo que se encargue de llevar una buena comunicación interna desde el área administrativa hasta el área de personal obrero, para evitar inconvenientes futuros que dañen la imagen de la entidad.

Los antecedentes y objetivos de la empresa, se encuentran detallados en el desarrollo del segundo capítulo de este trabajo, en donde se refleja el inicio de la constructora y los elementos que la conforman.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

La Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., es una empresa nueva, que no tiene bien definida las funciones a realizarse por cada miembro colaborador de la empresa, por esto a más de la propuesta de creación de un departamento de Relaciones Públicas, expuesto en el capítulo tres del presente trabajo, se realiza un aporte que contiene la creación de un organigrama que delimita las funciones de cada miembro y departamento en orden jerárquico, se implementa una misión, visión y objetivos de acuerdo a los antecedentes y funciones de la constructora, haciendo más factible la creación de un departamento de Relaciones Públicas que se encargue de lograr conseguir las metas propuestas por la entidad con el apoyo de todos los miembros que conforman la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

## CAPITULO I.-

### CONCEPTOS Y DEFINICIONES

#### 1.1.- Las Relaciones Públicas

RP<sup>1</sup> es el conjunto de relaciones sociales existentes entre una sociedad y sus ambientes interno y externo. Por ambientes internos, se entienden el personal empleado, desde los obreros hasta los directores, y los pensionados. Por ambientes externos se entienden los accionistas, las sociedades afiliadas, las organizaciones políticas y sociales, el Estado, la prensa, la radio, el cine, las empresas competidoras. En otras palabras el RP de una sociedad, es la expresión de su actividad humana, además comercial y productiva, y los servicios que se ocupan de ella se pueden considerar como una especie de Ministerio del Interior y de Ministerio del Exterior de la Sociedad. (B. Etienne, jefe del RP de la Ford Francesa).<sup>2</sup>

Dicho esto podríamos decir que las Relaciones Públicas o sus siglas RRPP, son un conjunto de estrategias de comunicación que tienen como fin fortalecer los lazos de afinidad, informando, persuadiendo y direccionando a los diferentes públicos internos y externos, naturales o jurídicos para que a futuro presten su apoyo y respaldo en las diferentes actividades y decisiones a tomarse.

A continuación una breve reseña histórica de los inicios de las Relaciones Públicas:

Según *Piero Arnaldi*<sup>3</sup>, en su *Manual de Relaciones Públicas*, indica que las mismas, nacen con los griegos con su adoración a Femé la diosa de la Fama,

---

<sup>1</sup> RP o RRPP, siglas de Relaciones Públicas

<sup>2</sup> Tomado de: El Manual de Relaciones Públicas, pag. 178

<sup>3</sup> Piero Arnaldi: Autor de varios libros enfocados a diversos temas sobre las Relaciones Públicas.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

hija de la Esperanza y mensajera de Júpiter y a Dossa, la diosa de la Opinión, desde allí empieza a sobresalir ciertos slogans como por ejemplo:

1. *Vox populi, vox Dei* (La voz del pueblo, la voz de Dios). Fase de Alcuino, dirigida a Carlo Magno.
2. *Fama volat* (Las noticias vuelan) dicho por Virgilio
3. *Minuit presentia fama* (La presencia disminuye la fama) dicho por Claudiano

Entre otros slogans mencionados para comprender el significado de Relaciones Públicas.

Estas frases hacen un referente a cierto poder que tienen las empresas de hoy en día al utilizar la publicidad y la propaganda (fama) y a la decepción que provocan al demostrar que dentro de sus actividades internas o externas existe deficiencias organizativas, ya que las RRPP no hace que la fama se quebrante sino que se refuerce.

Arnaldi, también menciona al norteamericano *Amos Kendall*<sup>4</sup> considerado el precursor de los profesionales de RRPP por su actividad de consejero personal del presidente Jackson (1829), a él se le atribuye el mérito de haber comprendido exactamente el valor de la prensa y la psicología de masas, haber entendido el lenguaje que convenía usar con los diferentes públicos y de haber sabido poner siempre a su Presidente en condiciones de comunicar al público, lo que se esperaba de él. De esta manera la propaganda política hizo que se aumenten los votos y la aceptación. Las industrias norteamericanas empezaron a ver la importancia de llevar una buena imagen de sus empresas borrando cierto tipo de noticias que tocaban los temas de malas condiciones de trabajo,

---

<sup>4</sup> Amos Kendall: Abogado, periodista y político americano, figura importante en la transformación de los medios de comunicación estadounidenses del siglo 19.



## **Universidad de Cuenca Escuela de Comunicación Social**

abusos, engaños, etc., y empezaron a utilizar otro tipo de publicidad más sistematizada para cambiar la opinión pública.

Aquí entra *Ivy Lee*<sup>5</sup>, considerado para los norteamericanos e inclusive para el mismo Piero Arnaldi, como el primer profesional de las RRPP, quien no se limitaba a la información sistemática. El ejemplo más relevante de la manera de actuación de Lee se basa en la sugerencia que le hizo a John Rockefeller, un empresario petrolero en el año de 1910, cuando su imagen se deterioró ante el público por una huelga realizada en una de sus refinerías que, incluso causó la muerte de un obrero. La popularidad de Rockefeller llegó a 0, comprometiendo la actividad de toda la empresa, es aquí en donde Ivy Lee sugirió a Rockefeller la donación de un hospital para Nueva York. De aquí se desprende la acción de las RRPP con finalidad social directa, incrementando el índice de popularidad y al ser notoria la acción se llega a un índice de simpatía y respaldo para la actividad de la empresa.

Arnaldi, menciona fechas que han ido desarrollando sistemáticamente la actividad de RRPP.

1920.- Nace la publicidad institucional o de prestigio para el hombre de la empresa.

1921.- Se publica el primer libro que trata exclusivamente sobre RRPP, con el título de <Crystallizing Public Opinion> de Bernays, que fue el primero en emplear la expresión “consultor de relaciones públicas”.

1929.- Con la crisis económica, se advierte más la necesidad de servirse de las RRPP y se crean dos importantes departamentos Sear Roebuck y general Food.

---

<sup>5</sup>Ivy Lee: Periodista norteamericano, inventor de una nueva visión de la RRPP.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

1931.- Departamento de RRPP de la General Motors.

1936.- Departamento de la United States Steel. (Arnaldi)

Hasta nuestros tiempos en donde las RRPP, siguen dando cambios grandes al manejo de las empresas.

**1.1.1.- Importancia del Departamento de Relaciones Públicas**

P. Arnaldi, (191), menciona que muchas empresas todavía no cuentan con un Departamento de Relaciones Públicas en sus organigramas y que si los tienen no son bien utilizados.

Arnaldi, indica dos tipos de argumentos para tratar de convencer a un Director General para crear un servicio regular de Relaciones Públicas, dentro de la empresa.

1.- Ideas (es decir palabras)

2.- Cifras (es decir hechos)

En el primer argumento el autor pone un ejemplo en donde el Director General utiliza en su mesa varios timbres para llamar a los diferentes Directores de la empresa, el autor indica que cuando el Director General quiere hablar sobre asuntos administrativos, llamara al Director Administrativo, cuando se trate de asuntos técnicos, llamara al Director Técnico y así sucesivamente, pero cuando quiera tratar asuntos de disminución del índice de popularidad de su empresa o quiere responder a las acusaciones del periódico o decidir cómo hacer frente a una acción



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

de RP de la competencia, *¿Qué timbre pulsara? ¿A qué persona llamara que sea competente en este menester?*

Continua. En otras palabras, usted sabe que una empresa no puede escoger entre tener RP o no tenerlas. Puede solamente escoger entre si tenerlas buena, es decir, sistemáticamente programadas y ejecutadas por especialistas responsables, o tenerlas menos buenas, es decir, improvisadas por especialistas no directamente responsables ante usted.<sup>6</sup>

El autor incentiva a realizar otra pregunta, con respecto a su segundo argumento. *¿Por qué su empresa continua pagando desde hace años la propaganda que hacen las firmas que compiten con la suya y no gasta este dinero para hacerse propaganda a sí mismo? (...)*<sup>7</sup>

En el ejemplo presentado por el autor, indica la importancia de la publicidad en el aumento o disminución de la venta de los productos ofertados por la empresa, que contablemente se ven reflejadas en sus reportes. Por lo tanto mientras más se oferte el producto o en el caso de la Constructora M&V Mejía& Verdugo Cía. Ltda., el servicio de construcción, más prestigio y crecimiento económico tendrá la empresa, por ende el dinero que se invierta en la publicidad o propaganda está justificada debidamente por los ingresos de las ventas, tal cual como demuestra el autor en su ejemplo expuesto.

Para Washington Dante Illescas<sup>8</sup>, es su libro *Como se practican los Relaciones Públicas*, nos dice que:

---

<sup>6</sup> Tomado de: Manual de Relaciones Públicas., pag. 192

<sup>7</sup> Tomado de: Manual de Relaciones Públicas, pag. 193

<sup>8</sup> Washington Illescas: Estudioso experto en RRPP.



## **Universidad de Cuenca Escuela de Comunicación Social**

Las Relaciones Públicas son consideradas un necesario respaldo en la función específica de la empresa a través de lo social: integrando al personal, afianzando la IMAGEN y captando favorablemente la opinión de todos los públicos que actúan en su alrededor”. Indica también que “el profesional de Relaciones Públicas es el encargado de materializar dentro de la empresa los esquemas, planes y programas, que posibiliten un amplio estado de comunicación”<sup>9</sup>

Como podemos ver, el departamento de Relaciones Públicas dentro de la empresa, es considerado un factor importante no solo como proyector de imagen de la institución al público externo, sino también como un respaldo en la integración del personal interno para poder crear un ambiente armónico y lograr los objetivos propuestos por la gerencia.

### **1.2.- Las Relaciones Humanas**

Las Relaciones Públicas y Relaciones Humanas se complementan una a la otra para lograr una ambiente de armonía tanto en el público interno como externo de una empresa utilizando varias estrategias de comunicación.

Conozcamos entonces una de las definiciones de Relaciones Humanas:

Para *Saul W. Gellerman*<sup>10</sup>, las Relaciones Humanas es simplemente un término general para describir la forma como las personas que comprenden una organización piensan una de la otra y se tratan entre sí.

---

<sup>9</sup> Tomado de : Como se practican las Relaciones Públicas, pag. 14-19

<sup>10</sup> Saúl W. Gellerman: Psicólogo, consultor, profesor, autor del libro La Administración de la Relaciones Humans.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

Estas relaciones pueden ser consideradas buenas cuando impulsan las probabilidades de que la organización alcance sus metas y malas cuando no es así.

El movimiento de las relaciones humanas, para Gellerman, en su libro *La Administración de las Relaciones Humanas*, ha tomado su forma actual de varios elementos históricos. Cinco factores amplios han ayudado a establecer esta etapa:

- 1.- El desplazamiento del trabajador de la agricultura a la industria.
- 2.- Los movimientos de reforma que se desarrollaron como una reacción a los excesos de los primeros empresarios.
- 3.- El desarrollo de sindicatos de trabajo y legislación laboral.
- 4.- La tendencia de la industria que busca utilidades en un medio de competencia para impulsar la tecnología, lo que a su vez estimula la educación, alentada por ella.
- 5.- La profesionalización de la administración, lograda mediante la educación administrativa especializada y las investigaciones sociales.

Saúl W. Gellerman, detalla estas etapas de la siguiente manera:

La industrialización se hizo posible cuando los agricultores empezaron a moverse del campo a las ciudades tratando de conseguir mejores condiciones de vida, los primeros que formaron parte de las fábricas iniciales eran un grupo de hombres desposeídos y perplejos que accedían a trabajar largas horas por bajos salarios.





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

En los movimientos de reformas, la economía de la sociedad ha evolucionado de la antigua, pero no son radicalmente diferentes; lo que cambia no son tanto las formas de propiedad sino las actitudes prevalecientes con respecto a las obligaciones de los patrones hacia los empleados. La sociedad comprende mejor su propia dinámica que la antigua sociedad y como resultado tiene una mayor distribución de los ingresos y un mayor número de éxito personal. Conforme la opinión pública hizo creciente el apoyo al empleado industrial, la amenaza de una legislación restrictiva se hizo cada vez más probable. La Ley Nacional de Relaciones de Trabajo 1935 creó un poderoso movimiento laboral en donde daba al empleado la capacidad de ver por sus propios intereses y los de sus miembros.

El desarrollo de los sindicatos de trabajo y la aprobación de leyes laborales han representado el esfuerzo más dramático y en controversia para mejorar el grupo de trabajadores industriales. Los gerentes de las compañías por lo general se oponían a la creación de los sindicatos y trataban de intimidar a los huelguistas hasta con los guardias armados de las empresas. El público que veía estos conflictos se volvió en contra de estas tácticas y allano el camino para la aceptación de los sindicatos. En 1994 existía alrededor de dos millones de miembros de sindicatos en los Estados Unidos y poco a poco llegó hasta alrededor de cinco millones en 1920.

La educación en masa fue introducida en los Estados Unidos más por razones religiosas y políticas antes que económicas. Pero por cualquiera que allá sido la razón esto a generando una necesidad de conocimiento secundario y hasta universitario. Sin embargo la mayor fuerza que empujó y sigue empujando la expansión educacional es la movilidad social, desde la clase social en la cual el individuo nació a una más alta de acuerdo a los



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

conocimientos adquiridos exigiendo prestigio, mayores ingresos y oportunidades. Las personas educadas pueden hacer posibles nuevas tecnologías, pueden llevar nuevas ideas, ampliar mercados y, sobre todo, aumentar las utilidades.

La profesionalización de la administración se inició cuando las compañías crecieron y se hicieron demasiado complejas para ser administradas efectivamente por la familia del propietario. La tendencia continuó con la especialización del trabajo dentro de la administración, creando un cargo de gerente profesional el cual tiene compasión y al mismo tiempo reconoce el aspecto práctico de ganar lealtad y el respeto de los trabajadores. Los gerentes se volvieron más receptivos a los intentos de comprender a los empleados y a usar esta comprensión como una herramienta para la administración más efectiva. (Gellerman)

Las Relaciones Humanas en una empresa no son fáciles de conseguir, para que se de dicha actividad el gerente o supervisor debe prestar cierta importancia en conocer algo de sus empleados ya sea su primer nombre o la cantidad de hijos que tenga para poder entablar a futuro una conversación. Otro tipo de motivación para los empleados se da cuando de parte de la autoridad se recibe una felicitación por el trabajo realizado, se toma en consideración su opinión para mejorar la calidad laboral, brindando un toque de importancia y confianza. Si las actividades realizadas por el empleado son suficientemente satisfactorias el empleador al incrementar el salario mensual de empleado y dándole a conocer el buen trabajo desempeñado motivara a él y al resto de personal a seguir adelante ya que se presta interés e importancia a las actividades que cada uno realiza.



## **Universidad de Cuenca Escuela de Comunicación Social**

Por lo general los gerentes o autoridades de las empresas son muy cautelosos con el manejo de la economía de las mismas, por tal motivo presentan cierta desconfianza con el personal que maneja el dinero de la empresa, este tipo de actitudes genera conflictos en el personal ya que el empleado se siente presionado al no tener la confianza de sus superiores y al sentir que su calidad moral se pone en duda. Cuando una autoridad en la empresa es relativamente inexperta en el área, puede generar conflictos con el personal interno y externo al tratar de demostrar quién es el jefe, adquiriendo una posición de mandón y prepotencia, careciente de confianza y respaldo del personal que está a su cargo.

Una organización no puede ser más eficiente que el sistema con el cual informa a sus miembros lo que se espera de ellos, en forma que sus esfuerzos se combinen entre si y creen una fuerza dirigida hacia la obtención de los propósitos de la organización. Cualquier falla en las comunicaciones es, en el mejor de los casos, un desperdicio de tiempo y, en el peor, un factor desmoralizante. (Gellerman83)

### **1.3.- Comunicación Interna y Comunicación Externa**

En el desarrollo de esta tesina, hemos hablado de la Comunicación Interna y la Comunicación Externa de una empresa, para entender de mejor manera este trabajo, veamos algunos significados de estos términos.

#### **1.3.1.- La Comunicación Interna**

En este punto, volveremos a citar a Illescas, quien dice lo siguiente:



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

El grupo de trabajo que integra la empresa está constituido por un potencial humano de heterogéneas particularidades. Según se trate de pequeña, mediana o grande empresa, las modalidades de sus integrantes se evidencian más cuando más personas participan de la estructura laboral. Esto pone de manifiesto la necesidad de asignar especial significación al desarrollo del factor humano, a través de todas las formas que posibiliten su máxima integración.<sup>11</sup>

Dicho esto, podemos decir que: La comunicación interna de una empresa se refiere al trabajo en equipo, a la participación de cada uno de los empleados que laboran en la institución conjuntamente con las autoridades del lugar para conseguir un bien común que es el progreso de la empresa.

El proceso de realizaciones exige a la empresa cumplir inexorablemente determinadas pautas básicas. En los distintos ámbitos que se mueve, comercial, industrial, social, política, etc., lo hace como una institución autónoma que ejecuta funciones dinámicas para llegar a lograr objetivos determinados. Si no se logran las metas establecidas será porque algún eslabón no ha funcionado como debió hacerlo o de acuerdo a las instrucciones que se le impartieron.

Por ello deben estar claramente establecidos las políticas y objetivos a alcanzar y las acciones permanentemente evaluadas, para dimensionar lo positivo y corregir lo negativo sobre la propia marcha del programa.  
(Illescas)

Según las aptitudes de cada integrante potencial de la empresa, la autoridad superior debe conocer las aspiraciones y motivaciones del personal para

---

<sup>11</sup> Tomado de: Como se practican las Relaciones Públicas, pag. 33



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

determinar el área en donde estas capacidades puedan favorecer al cumplimiento de las metas trazadas.

Se debe tratar de conseguir un clima armonioso de trabajo ya que las relaciones interpersonales, sólidamente conformadas, forman un vínculo importante de comunicación para conseguir metas técnicas y económicas, propuestas por el empleador. El surgimiento de una empresa se logra con una buena relación entre el patrono, empleados y compañeros entre sí.

El hombre quiere ver satisfecho el deseo de RECONOCIMIENTO, por parte de la compañía donde actúa; aspira a una constante SEGURIDAD ECONOMICA; abriga la OPORTUNIDAD DE MEJORAR y procura intensificar el sentido de PERTENECER A LA EMPRESA. (34)

Estos factores que mejoran la comunicación interna en la empresa están estrechamente ligados con las buenas relaciones humanas, como ya lo tratamos anteriormente.

Estamos hablando por lo tanto de mantener unas buenas relaciones públicas internas, desde el gerente hasta el obrero en donde cada una de las actividades que se realizan conforman una coherencia en el equipo para lograr una marcha ideal en trabajo con el apoyo individual y colectivo del personal, resaltando el trabajo de cada miembro para conseguir el logro de las metas propuestas.

La persona encargada de las RRPP dentro de la empresa tiene que tener un tino para poder llegar y persuadir a la gente desde el personal administrativo hasta el personal obrero, tratando de llevar una comunicación de doble curso entendible para los diferentes sectores laborables de la compañía en donde se trata de persuadir al personal obrero de las funciones y metas que quiere alcanzar el administrativo y a su vez comunicar al administrativo de las



## **Universidad de Cuenca Escuela de Comunicación Social**

necesidades y requisitos que tiene el personal obrero para llegar al objetivo. A parte de la comunicación oral, se puede implementar una serie de factores comunicativos dentro de la empresa ya sea circulares, charlas, boletines, mails, entre otros, esto dependerá del personal encargado de RRPP quien vera que manera de comunicación es la más recomendable según la situación.

### **1.3.2.- La Comunicación Externa**

Con respecto a la Comunicación Externa, Illescas nos dice que:

La empresa debe aprovechar muy especialmente todas las oportunidades que se le brinda y usar de sus relaciones públicas para crear motivos que le permitan lograr cada día que más sectores se interesen por sus actividades y manifestaciones. (38)

Para poder perdurar en un mercado competitivo, el pequeño empresario debe mantener una comunicación efectiva con muchos individuos independientes de su control, como sus clientes y proveedores, los prestadores de servicios auxiliares y muchos otros en los cuales solo hallará eco si puede convencerlos de los beneficios que un buen entendimiento les reportará. (Centro regional de ayuda técnica agencia para el desarrollo internacional A.I.D.)<sup>12</sup>

Entonces, la comunicación externa, es como la empresa con todo el grupo de equipo humano y tecnológico, se proyecta al resto de público para hacerse conocer, mostrar lo que ofrece y por ende conseguir ingresos.

---

<sup>12</sup> Centro Regional de Ayuda Técnica Agencia para el Desarrollo Internacional (A.I.D.), guías, publicaciones y documentos



## **Universidad de Cuenca Escuela de Comunicación Social**

Los clientes centran su interés en los beneficios que el producto o servicio ofertado les brinde, la persona encargada de esta área debe analizar las necesidades del cliente para poder ofrecer su producto de la manera requerida.

El prestigio de las empresas ante el personal externo está claramente visualizado en el ánimo del personal interno, ya que si existe un ambiente de armonía y buena comunicación interna, se reflejara ante el público externo brindando confianza y seguridad al momento de ofrecer y dar a conocer los servicios y productos de la empresa, hay que tener en claro que el termino publicidad no es igual al de tener buena comunicación.

El empleado que quiere y confía en su empresa, siempre va a estar al respaldo de la misma, tratando de hacerla sobresalir ante el cliente. La imagen de la empresa es lo que vale, partiendo siempre de una buena comunicación interna.

### **1.4.- La Compañía Limitada y su ente regulador**

A continuación se expone el concepto de Compañía Limitada y se tratara sobre la Superintendencia de Compañías, entidad que regula el funcionamiento de las empresas privadas ecuatorianas, entre ellas la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.

#### **1.4.1.- Concepto de Compañía Limitada**

La Ley de Compañías del Ecuador establece que:





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente. En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.<sup>13</sup>

#### 1.4.2.- Ente regulador de Compañías Privadas

---

<sup>13</sup> Tomado de:

[http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd\\_supercias/descargas/ss/LEY\\_DE\\_COMPANIAS.pdf](http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf)



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

La Compañía M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., como todas las empresas privadas del Ecuador, estar regulada por la Superintendencia de Compañías, quien es la encargada de guiar, asesorar y controlar el manejo de la empresa como una sociedad limitada de acuerdo a la Ley de Compañías.

La Superintendencia de Compañías del Ecuador, desde su creación, ha cumplido una fecunda labor como ente contralor de las sociedades de capital en el país, y, a partir del año 1.979 en el que se inicia un efectivo proceso de modernización institucional, se ha caracterizado por ser una entidad de asesoría y de apoyo al sector empresarial ecuatoriano. En este nuevo marco de acción, la realización de estudios, análisis y diagnósticos, se ha sustentado en un sistema estadístico, el que se lo ha ido mejorando a través del tiempo y ha sido la base más adecuada para la mejor comprensión y análisis de la problemática empresarial en el país. (Superintendencia de Compañías)

La misión de esta entidad se basa en controlar, vigilar y promover el mercado de valores y el sector societario mediante sistemas de regulación y servicios, contribuyendo al desarrollo confiable y transparente de la actividad empresarial del país.

Así mismo, la visión de esta entidad es llegar a ser hasta el 2017 una institución altamente técnica e innovadora, reconocida por la eficiencia y transparencia de su gestión, que cuenten con mecanismos tecnológicos modernos de control y vigilancia del mercado de valores y del sector societario.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

La Ley de Compañías<sup>14</sup> en el Art. 2, reconoce cinco especies de compañías de comercio:

- \* La compañía en nombre colectivo;
  - \* La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
  - \* La compañía de responsabilidad limitada;
  - \* La compañía anónima; y,
  - \* La compañía de economía mixta.

La Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., está ubicada en el tercer punto de esta lista de especies de compañías.

La Superintendencia de Compañías lleva un registro actual de toda la información de las empresas, a través de su portal en internet se ha ido actualizando la información de los socios, cargos administrativos, capital y participaciones, así mismo como la información de los balances financieros de las empresas en función, para que todo el manejo empresarial este de acuerdo a la Ley de Compañías de 1999. La persona encargada de Relaciones Públicas de la empresa, tiene que conocer cómo funcionan algunas entidades que se vinculan con el manejo de la empresa a su cargo. Este departamento tiene que trabajar en conjunto no solo con la gerencia sino con todos los departamentos que forman la institución.

---

<sup>14</sup> Ley de Compañías:

[http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd\\_supercias/descargas/ss/LEY\\_DE\\_COMPANIAS.pdf](http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf)



## **Universidad de Cuenca Escuela de Comunicación Social**

### **1.5.-Organigrama, Misión, Visión y Objetivos**

En el III capítulo del presente trabajo, trataremos sobre los aportes que se proponen para la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., por tal motivo es importante conocer el concepto y las funciones de cada punto a proponerse para dicha empresa.

#### **1.5.1.- Organigrama**

*Enrique B. Franklin*,<sup>15</sup> define al organigrama como “la presentación grafica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre si los órganos que la compone”.

El organigrama es una representación gráfica de la estructura organizacional de una empresa, o de cualquier entidad productiva, comercial, administrativa, política, etc., en la que se indica y muestra, en forma esquemática, la posición de la área que la integran, sus líneas de autoridad, relaciones de personal, comités permanentes, líneas de comunicación y de asesoría.(Thompson, PromonegocioS.net)<sup>16</sup>

#### **1.5.2.- Misión**

Para conocer sobre lo que trata la misión tomaremos el concepto de *Jack Fleitman*<sup>17</sup>, quien dice lo siguiente:

---

<sup>15</sup> Tomado de: [www.promonegocios.net/organigramas/definicion-organigramas.html](http://www.promonegocios.net/organigramas/definicion-organigramas.html)

<sup>16</sup> Iván Thompson: Creador de página PronegocioS.net

<sup>17</sup> Jack Fleitman: Autor del libro Negocios Exitosos.



## **Universidad de Cuenca Escuela de Comunicación Social**

La misión es lo que pretende hacer la empresa y para que lo va hacer. Es el motivo de su existencia, da motivo y orientación a las actividades de la empresa; es lo que se pretende realizar para lograr satisfacción de los clientes potenciales, del personal, de la competencia y de la comunidad en general.<sup>18</sup>

La Misión de la empresa define:

- 1.- Lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa.
- 2.- Lo que pretende hacer
- 3.- El para quien lo va hacer, influenciada en momentos concretos por elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.(Thompson, PromonegocioS.net)

### **1.5.3.- Visión**

Continuando con los conceptos de Jack Fleitman, él dice que:

La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Tomado de: [www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html](http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html)

<sup>19</sup> Tomado de: [www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html](http://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html) pag. 1



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

En consecuencia, la visión de la empresa es la aspiración que los socios, gerentes, accionistas, quieren conseguir con la empresa a futuro.

La importancia de la visión radica en que es una fuente de inspiración para el negocio, representa la esencia que guía la iniciativa, de él se extraen fuerzas en los momentos difíciles y ayuda a trabajar por un motivo y en la misma dirección a todos los que se comprometen en el negocio.

En sectores maduros, la importancia de la visión es relativa, no tiene mucha trascendencia, pero en sectores nuevos, el correcto planteamiento de la visión es esencial para conseguir lo que la empresa quiere.

A continuación se citara algunos puntos que demuestran de la importancia de la visión dentro de la empresa:

- Fomenta el entusiasmo y el compromiso de todas las partes que integran la organización.
- Incentiva a que desde el director general hasta el último trabajador que se ha incorporado a la empresa, realicen acciones conforme a lo que indica la visión. Recordando que los mandos superiores tienen que predicar con el ejemplo.
- Una adecuada visión, evita que se le hagan modificaciones, de lo contrario cualquier cambio esencial dejaría a los componentes de la empresa sin una guía fiable, fomentando la inseguridad general.(Negocios)<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Tomado de: [http://www.trabajo.com.mx/vision\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.trabajo.com.mx/vision_de_una_empresa.htm)



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

#### 1.5.4.- Objetivos

“Los objetivos son resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde estas pretenden llegar”.<sup>21</sup>

Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa, estos establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa.

Las razones para establecer objetivos son:

- Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
- Sirven de guía para la formulación de estrategias
- Sirven de guía para la asignación de recursos
- Sirven de base para la realización de tareas o actividades
- Permite evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad de la empresa, de cada área. De cada grupo o de cada trabajador.
- Generan coordinación, organización y control
- Generan participación, compromiso y motivación; y, al alcanzarlos, generan un grado de satisfacción
- Revelan prioridades
- Producen sinergia<sup>22</sup>
- Disminuyen la incertidumbre (Negocios)

Los objetivos deben ser:

---

<sup>21</sup> Tomado de: Crece Negocios.com

<sup>22</sup> Sinergia: Trabajo en conjunto





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

Medibles.- Proponerse un límite de tiempo para conseguir el objetivo propuesto

Claros.- Comprensibles, entendibles, sin dar paso a las interpretaciones

Alcanzables.- Posibles de lograrlos en un tiempo determinado con el apoyo del equipo humano, tecnológico, etc.

Desafiantes.- Objetivos que contengan cierto grado de dificultad, para que sirvan más bien como un estímulo

Realistas.- Razonables tomando en consideración el entorno, las posibilidades con las que cuenta la empresa.

Coherentes.- Ligados a la misión, visión, actividad de la empresa, para conseguir un objetivo acorde a las necesidades de la misma.

Existen dos tipos de objetivos: Los objetivos generales y objetivos específicos.



## CAPITULO II.-

### ANTECEDENTES DE LA CONSTRUCTORA M&V MEJIA & VERDUGO CÍA.LTDA.

#### 2.1.- Descripción de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.

La Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., es una empresa cuencana, la misma nace de la sociedad de los Ingenieros Civiles Boris Fernando Mejía Regalado de la ciudad de Cuenca y el Ing. Manuel Francisco Verdugo Silva de la ciudad del Cañar, el veinte y cuatro de enero del dos mil doce, su actividad principal se centra en la ingeniería civil.

La sociedad de estos dos ingenieros ha hecho que la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., a más de los conocimientos de los socios, se forme con la experiencia de algunas empresas pequeñas y consorcios como: Obras Civiles del Austro Obciaus Cía. Ltda., Compañía V&V Construcv Constructora Cía. Ltda., Consorcio Constructora B&M&V.

La Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., está ubicada en las calles José Ortega y Gasset y Diego Velásquez, la empresa presta sus servicios en la provincia del Azuay como ciudad principal Cuenca y también en la provincia del Cañar.

La Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., está administrada por la Junta General de Socios<sup>23</sup> que la conforman el Presidente y el Gerente de la empresa, ocupando el puesto de Presidente el Ing. Manuel Verdugo y el de Gerente General y Representante Legal de la empresa el Ing. Boris Mejía. Los

---

<sup>23</sup> Junta General de Socios: Órgano supremo de la compañía que está conformada por los socios legalmente convocados y reunidos en número suficiente para formar quórum.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

dos ingenieros fueron posicionados a este cargo el 27 de Febrero del 2012 por un periodo de cinco años.

El plazo de duración de la Compañía es de CINCUENTA AÑOS, contados desde la fecha de inscripción en el Registro Mercantil (7 de Febrero del 2012). El plazo podrá reducirse, disolverse o prorrogarse, previo visto bueno de la Junta General.

El capital social de la Compañía es de Cuatrocientos Dólares, divididos en cuatrocientas participaciones de un dólar cada una, cada socio cuenta con el 50% de acciones de la empresa esto es 200 participaciones cada uno.<sup>24</sup>

La Constructora como empresa nueva no cuenta con un organigrama que defina bien las funciones de cada miembro que conforma la institución, tampoco cuenta con una misión, visión y objetivos, estos puntos los abordaremos como aportes en el capítulo III del presente trabajo.

La empresa cuenta con alrededor de quince personas fijas laborando en la institución, sin contar con el Presidente y Gerente General.

Las labores internas o llamada área administrativa se dividen de la siguiente manera:

- Asesor Jurídico
- Contador
- Auxiliar Contable
- Digitador
- Secretaria

---

<sup>24</sup> Tomado de: Escritura Pública de Constitución de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda. Artículos Tercero, Cuarto y Quinto.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

- Conserje – Mensajero

Las labores externas están conformadas por los señores operadores y choferes de las siguientes maquinas con las que cuenta la empresa.

- Chofer de Camión
- Operador de Excavadora
- Operador de Motoniveladora
- Operador de Rodillo
- Operador de Minicargadora 1
- Operador de Minicargadora 2
- Operador de Retroexcavadora
- Chofer de Volqueta 1
- Chofer de Volqueta 2

La contratación del personal obrero conformado por maestros principales, albañiles y peones, varía según la magnitud de la obra, el mismo puede conformarse de unos ocho a quince personas en obra pequeña y alrededor de ciento cincuenta personas en obra grande.

La empresa envía frecuentemente ofertas a las entidades públicas que invitan a los diferentes procesos de contratación a través del portal de compras públicas de la INCOP<sup>25</sup>. La empresa por ser nueva todavía no ha realizado obras a su nombre, pero si a través de sus fusiones. La obra más grande hasta el momento la realizo con el Consorcio Constructora B&M&V, consorcio realizado por los Ingenieros Boris Mejía y Manuel Verdugo específicamente para la Obra de Rehabilitación del Parque de La Madre, en donde se adjudicó el

---

<sup>25</sup> INCOP: Instituto Nacional de Contratación Pública.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

proceso a dicho consorcio por un monto de alrededor de cinco millones de dólares.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**2.2.- Objetivo Social de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.**

El objetivo social de la empresa, según consta en sus escrituras es:

- a) La compra, venta, distribución, importación, exportación, alquiler de todo tipo de maquinaria pesada para la construcción; exportación de cantera y minas para extraer materiales de construcción.
  - b) Importación, exportación, elaboración, venta y distribución de todo tipo de materiales para la construcción y repuestos para maquinaria de construcción.
  - c) Construcción de todo tipo de infraestructura, carretera, vías, calles, edificios, galpones, oficinas, instalaciones industriales, urbanizaciones, villas, casas, lotizaciones, incluso bajo el régimen de propiedad horizontal y la venta y el arrendamiento civil de inmuebles.
  - d) Arrendamiento y alquiler de maquinaria pesada y equipos para la construcción, tractores y demás maquinaria considerada como pesada.
- La compañía podrá celebrar cualquier tipo de acto o contrato relacionados con su actividad, con personas naturales y jurídicas, públicas o privadas, ejercer presentación de compañías nacionales o extranjeras así como formar parte de compañías constituidas o por constituirse en el país.

La Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., al momento se dedica más al arrendamiento y alquiler de maquinaria pesada, sacando de los diferentes contratos que realiza con entidades públicas, privadas, personas naturales y jurídicas, los ingresos de la empresa.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

### CAPITULO III.-

#### APORTES PARA LA CONSTRUCTORA M&V MEJÍA & VERDUGO CÍA. LTDA.

##### 3.1.- Organigrama Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.

Para la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., se tomara como referencia un organigrama lineal<sup>26</sup>, en donde se definen los cargos de manera jerárquica dentro de la constructora, tomando como modelo la pequeña empresa.

---

<sup>26</sup> Organigrama Lineal: Mantiene la unidad de mando y la jerarquía

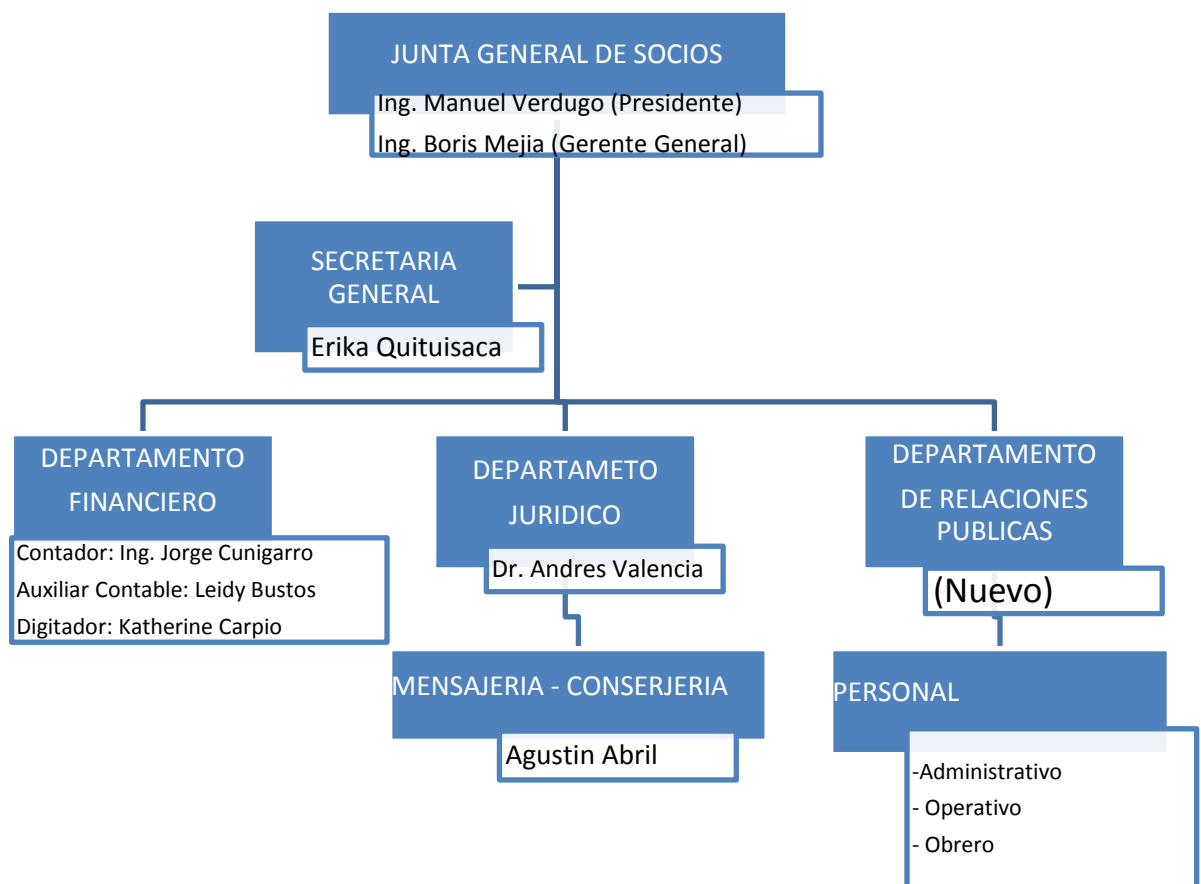




**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**ORGANIGRAMA**

**CONSTRUCTORA M&V MEJIA & VERDUGO CIA. LTDA.**





## Universidad de Cuenca Escuela de Comunicación Social

El organigrama antes propuesto, está distribuido de acuerdo a las funciones que cada miembro que conforma la empresa realiza, en este modelo de organigrama se toma en consideración el Departamento de Relaciones Públicas como el encargado del personal interno especialmente.

A continuación se detallan las funciones que propone el Organigrama.

- **Junta General de Socios.**- Es el órgano supremo de la compañía, conformado por el Presidente Ing. Manuel Verdugo, Gerente General y Representante Legal de la empresa Ing. Boris Mejía. De esta área nacen las disposiciones, ordenes, reglamentos, etc. Para el resto de departamentos que conforman la empresa.
- **Secretaria General.**- Esta área es la conectora entre el órgano supremo y el resto de departamentos que conforman la empresa, transmitiendo las ordenes, resoluciones, disposiciones etc., que se tomen desde la Junta General de Socios al resto de departamentos, así también a este departamento llegaran las necesidades, requisitos y demás demandas del resto de departamentos. A cargo de esta área esta la Sra. Erika Quituisaca.
- **Departamento Financiero.**- Encargado de llevar la contabilidad de la empresa, tres áreas funcionan en el mismo:

Contador.- A cargo del Ing. Jorge Cunigarro, quien es el encargado de responder por la contabilidad de la empresa y la administración de la misma.

Auxiliar Contable.- A cargo de la Sra. Leidy Bustos, quien es el apoyo del Ing. Contador, entre estas dos áreas responderá por el manejo contable

Quituisaca Palaguachi /2013



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

de la empresa tanto en sus ingresos como en sus egresos, reflejando los mismos en el balance anual que tienen que presentar.

Digitalización.- Esta área es la encargada del ingreso de información y canalización de la misma dentro del sistema contable que la empresa maneja (Automotizer), esta función la realiza la Srta. Katherine Carpio.

- **Departamento Jurídico.-** Responsable de toda el área legal de la empresa, a su cargo están las actualizaciones de los documentos legales, constituciones, nombramientos, etc., este departamento está a cargo del Dr. Andrés Valencia quien coordinara sus actividades directamente con la Junta General de Socios.
- **Departamento de Relaciones Públicas.-** Encargado de promocionar la imagen de la empresa externamente con los clientes, proveedores, etc., e internamente promocionar el trabajo en equipo con el personal administrativo, operario y obrero. Conociendo las necesidades de los dos públicos que se manejan en la constructora para poder resaltar la buena comunicación y de esta manera poder lograr en equipo las metas propuestas desde gerencia.
- **Mensajería y Conserjería.-** Esta área cumple dos funciones, el de mensajería tomando la responsabilidad de realizar diferentes tramites que soliciten los departamentos de la empresa fuera de la misma, e internamente tomando las funciones de conserjería, la misma que se encargara del aseo de las instalaciones y de los puestos de trabajo de



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

cada miembro que conforme la institución, estas funciones están a cargo del Sr. Agustín Abril.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**3.2.- Misión de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.**

Satisfacer los requerimientos de nuestros clientes ya sean personas naturales o jurídicas, entidades públicas o privadas, en las obras de construcción e ingeniería civil encomendadas a nuestra empresa. Ofreciendo un óptimo desempeño y desenvolvimiento del personal para que se cumpla con los plazos y necesidades requeridas.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**3.3.- Visión de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.**

La Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., aspira llegar a ser en los próximos años, una empresa reconocida no solo en la ciudad de Cuenca y Cañar, sino a nivel nacional por el trabajo de calidad realizado en el ámbito de la construcción e ingeniería civil. Brindando confiabilidad, seguridad y bienestar a sus clientes y empleados.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**3.4.- Objetivos de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.**

**3.4.1.- Objetivos Generales de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.**

1.- Llegar a ser una Constructora reconocida no solo en la ciudad de Cuenca y Cañar sino a nivel Nacional

2.- Sobrevivir ante la demanda de la competencia,

3.- Conseguir estabilidad para los clientes y empleados por medio de la calidad del servicio ofrecido

**3.4.2.- Objetivos Específicos de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.**

1.- Conseguir por lo menos diez contratos menores anuales a través del portal de Compas Públicas, entre MCO<sup>27</sup> y SIE<sup>28</sup>.

2.- Conseguir por lo menos un contrato grande anual a través del portal de Compras Públicas, entre COTO<sup>29</sup> y LICO<sup>30</sup>.

3.- Adquirir por lo menos una maquina nueva anualmente, entre camiones, equipo caminero y maquinaria liviana.

4.- Conseguir utilidad anual.

---

<sup>27</sup> Contratos de Menor Cuantía

<sup>28</sup> Subastas Inversas Electrónica

<sup>29</sup> Cotizaciones

<sup>30</sup> Licitaciones



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

5.- Conseguir la mayor participación del equipo de trabajo, en todas las áreas de la empresa.

El Organigrama, la Misión, Visión y Objetivos propuestos para esta empresa se han establecido conociendo las actividades que realiza cada uno de los miembros que conforman esta compañía, las necesidades, anhelos y expectativa que el personal interno tiene de la empresa a un futuro.





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**3.4- Departamento de Relaciones Públicas de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda.**

Con todo lo expuesto en el desarrollo de este trabajo, se llega a la propuesta de creación de un departamento de Relaciones Públicas dentro de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda. Conociendo la historia, la importancia y las funciones que cumplen las Relaciones Públicas dentro de la empresa, esta área será la encargada de hacer que las empresa cumpla su misión, visión y objetivos con el apoyo de la Junta General de Socios que ese el órgano supremo de la empresa y de los empleados que son el motor de funcionamiento de la constructora.

Con el organigrama se delimitan las funciones de tal manera que las actividades a realizarse por cada departamento propuesto ya están expuestas para cumplirse. El Departamento de Relaciones Públicas funcionara como un conector entre los altos mandatarios y los subordinados y viceversa. Priorizando la buena comunicación y las buenas relaciones humanas con el público interno y externo de la empresa, para alcanzar las metas propuestas para la institución.

El departamento de Relaciones Públicas, tendrá la obligación interna de persuadir al Presidente y Gerente General de la empresa, que son los altos mandatarios de la constructora, la importancia de tener una buena comunicación y entablar buenas Relaciones Humanas con el personal que está a su cargo, brindando confianza y seguridad a sus empleados, ganándose de esta manera su lealtad.

Así mismo, se persuadirá al personal sobre la importancia de su trabajo dentro de la empresa, tratando de limar asperezas causadas por la mala



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

comunicación y reforzando el ideal de respaldo y seguridad que brinda la empresa a cada uno de sus colaboradores. De esta manera se lograra conseguir un buen ambiente de trabajo que cambiara las condiciones laborales internamente y será reflejado al público externo, pues el empleado que quiere a su empresa siempre va a buscar la manera de defenderla y sacarla adelante.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

### 3.4- Conclusión

Dentro de la Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., el ambiente de trabajo no ha sido óptimo, debido a la falta de comunicación entre el personal administrativo y obrero.

Dada esta situación, cada delegado que conforma la empresa encuentra conflictos al realizar sus labores pues no tienen claras sus funciones a desempeñar y la información que fluye dentro de la empresa no es completa, creando así problemas en la coordinación de las actividades y malos entendidos internos.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

### 3.5.- Recomendaciones

La Constructora M&V Mejía & Verdugo Cía. Ltda., debe crear un departamento de Relaciones Públicas que se encargue de la comunicación del personal sobretodo interno para evitar inconvenientes generados por los empleados colaboradores por la falta de comunicación existente en la empresa.

Los administradores de la empresa Presidente y Gerente General, deben ser capacitados sobre la importancia de las Relaciones Públicas dentro de una empresa y sobre el trato que se tiene que dar a los empleados para poder conseguir su lealtad y colaboración para garantizar de esta manera el cumplimiento de las metas trazadas.

Se debe delimitar las funciones de los miembros colaboradores de la empresa, de acuerdo a sus capacidades y conocimientos para evitar malas relaciones laborales adquiridas por el bajo desempeño departamental, las mismas que pueden ser percibidas por el público externo.



Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social

## BIBLIOGRAFIA

Arnaldi, P. Manual de Relaciones Públicas. Madrid: Iberico Europea de Ediciones, S.A., 1968.

Centro regional de ayuda técnica agencia para el desarrollo internacional A.I.D. La Comunicación y el control. Buenos Aires: CODEX S.A., 1971.

Gellerman, Saul W. La administracion de las Relaciones Humanas. Mexico: Continental S.A., 1978.

Illescas, Washington Dante. Como se practican las Relaciones Públicas. Buenos Aires: Libreria Mitre, 1975.

Negocios, Crece. Los Objetivos de una empresa. s.f. 25 de Junio de 2013  
<[www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/](http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/)>.

Superintendencia de Compañías. s.f. 22 de Junio de 2013  
<<http://www.supercias.gob.ec/home.php?blue=c4ca4238a0b923820dcc509a6f75849b&modal=0&ubc=Inicio>>.

Thompson, Ivan. PromonegocioS.net. Enero de 2007. 24 de Junio de 2013  
<[www.promonegocios.net/organigramas/definición-organigramas.html](http://www.promonegocios.net/organigramas/definición-organigramas.html)>.

—. PromonegocioS.net. Diciembre de 2006. 24 de Junio de 2013  
<[www.promonegocios.net/empresa/misión-visión-empresa.html](http://www.promonegocios.net/empresa/misión-visión-empresa.html)>.

Visión de una empresa-Trabajo.com.mx. s.f. 25 de Junio de 2013  
<[http://www.trabajo.com.mx/vision\\_de\\_una\\_empresa.htm](http://www.trabajo.com.mx/vision_de_una_empresa.htm)>.



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

# ANEXOS



Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social

**CONSTRUCTORA M&V  
MEJIA & VERDUGO CIA. LTDA.**

**- JUNTA GENERAL DE SOCIOS**





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**- SECRETARIA GENERAL**







**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**- ÁREA FINANCIERA**

**CONTADOR**





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**AUXILIAR CONTABLE**



**DIGITACIÓN**





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**- MENSAJERIA Y CONSERJERIA**







**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**- PERSONAL DE OBRA**





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**- MAQUINARIA PESADA**







**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**





**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**

**ESCRITURA PUBLICA DE  
CONSTITUCION COMPAÑÍA  
OTORGADA POR:**



**“CONSTRUCTORA M & V MEJIA & VERDUGO CIA. LTDA.”**

**CUANTIA: \$ 400,00**

CR

En la Ciudad de Cuenca, Provincia del Azuay, República del Ecuador, a los VEINTE Y SEIS DIAS DEL MES DE ENERO DEL AÑO DOS MIL DOCE, ante mí, Doctor Wilson Peña Castro, Notario Público Décimo Segundo del Cantón Cuenca, en forma libre y voluntaria comparecen los señores MANUEL FRANCISCO VERDUGO SILVA; y, BORIS FERNANDO MEJIA REGALADO, todos los comparecientes son: Ecuatorianos, de estado civil casados; domiciliados en la ciudad de Cuenca, capaces ante la ley para contratar y obligarse a quienes de conocerlos doy fe, y manifiestan en forma libre y voluntaria que es su deseo elevar a escritura pública el contenido de la siguiente minuta:

**SEÑOR NOTARIO:** En el Protocolo de Escrituras Públicas a su cargo sírvase incorporar una de constitución de Compañía de Responsabilidad Limitada, al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA.- COMPARECIENTES.-** Comparecen a la celebración de la



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

presente escritura pública las siguientes personas: MANUEL FRANCISCO VERDUGO SILVA, con cedula de ciudadanía número: cero tres cero uno tres nueve siete cinco siete guion seis; y, BORIS FERNANDO MEJIA REGALADO, con cedula de ciudadanía número: cero uno cero dos uno tres siete cinco uno guion cero, todos los comparecientes son: Ecuatorianos, de estado civil casados; domiciliados en la ciudad de Cuenca, capaces ante la ley para contratar y obligarse. **SEGUNDA.- CONSTITUCION.-** Los comparecientes manifiestan que es su voluntad constituirse en una Compañía de Responsabilidad Limitada, subordinada a la Ley de Compañías, al Código de Comercio, al Código Civil, la misma que en razón de su nacionalidad se regirá por las leyes ecuatorianas y por el presente Estatuto Social. **TERCERA.- ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA "CONSTRUCTORA M & V MEJIA & VERDUGO CIA. LTDA." CAPITULO PRIMERO.- NATURALEZA Y DENOMINACION, DOMICILIO, OBJETO Y PLAZO DE DURACION. ARTICULO PRIMERO.- NATURALEZA Y DENOMINACION.-** La Compañía se denominara: "CONSTRUCTORA M & V MEJIA & VERDUGO CIA.LTDA." La nacionalidad de la compañía es ecuatoriana, por lo que se constituye bajo las leyes ecuatorianas y por las normas contenidas en el presente Estatuto Social. **ARTICULO SEGUNDO.- SU DOMICILIO.-** Su domicilio principal será en la ciudad de Cuenca, en el Cantón Cuenca, perteneciente a la Provincia del Azuay, República Ecuador. **ARTICULO TERCERO.- OBJETO SOCIAL.-** El Objeto principal de la Compañía, es: a) La compra, venta, distribución, importación, exportación, alquiler, de todo tipo de maquinaria pesada





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**



para la construcción, explotación de canteras y minas para extraer materiales de construcción. b) importación, exportación, elaboración, venta y distribución de todo tipo de materiales para la construcción y repuestos para maquinaria de construcción, c) Construcción de todo tipo de infraestructura, carreteras, vías, calles, edificios, galpones, oficinas, instalaciones industriales, urbanizaciones, villas, casas, lotizaciones, incluso bajo el régimen de propiedad horizontal y la venta y el arrendamiento civil de inmuebles, d) arrendamiento y alquiler de maquinaria pesada y equipos para la construcción, tractores y demás maquinaria considerada como pesada. La compañía podrá celebrar cualquier tipo de acto o contrato relacionados con su actividad, con personas naturales y jurídicas, públicas o privadas, ejercer representación de compañías nacionales o extranjeras así como formar parte de compañías constituidas o por constituirse en el país.

**ARTÍCULO CUARTO.- PLAZO DE DURACION.-** El plazo de duración de la Compañía es de CINCUENTA AÑOS, contados desde la fecha de inscripción en el Registro Mercantil. Sin embargo este plazo podrá prorrogarse, reducirse o disolverse anticipadamente por causa legal o por resolución de la Junta General de Socios, convocada previamente para este objeto. **CAPITULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL Y PARTICIPACIONES. ARTICULO QUINTO.- EL CAPITAL.-** El capital social de la compañía es de CUATROCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, dividido en Cuatrocientas participaciones de un dólar de los Estados Unidos de América cada una, las que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente, de conformidad con la Ley, y el presente Estatuto, certificados que estarán firmados por el Gerente General y el



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

Presidente de la Compañía. **ARTICULO SEXTO.- AUMENTO Y DISMINUCION DE CAPITAL.-** La compañía puede aumentar el capital por resolución de la Junta General de Socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social presente en la sesión; y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportaciones sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o utilidades, realizado conforme a la ley y a la reglamentación pertinente, o por los demás medios previstos por la ley. La reducción del capital se regirá por lo previsto en la ley de compañías y en ningún caso se tomara resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, con las excepciones de ley. **ARTICULO SEPTIMO.- DE LAS PARTICIPACIONES.-** La Compañía entregara a cada socio el certificado de aportación que le corresponda, dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios, los mismos que contendrán la denominación de la compañía, el capital social y el capital pagado, número y valor del certificado, nombre del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de escritura de constitución, notaria en que se otorgó, fecha y numero de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de NO SER NEGOCIABLE, la firma y rubrica del Presidente y Gerente



**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**



General de la Compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en los libros de los socios y participaciones y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios. **ARTICULO OCTAVO.-** En caso de pérdida, destrucción o deterioro del certificado de aportación el interesado solicitara por escrito al Gerente General, a su costa la emisión de un duplicado en cuyo caso el nuevo certificado con el mismo texto, valor y numero del original, llevara la leyenda duplicado, y la novedad será registrada en el libro correspondiente de la compañía. **ARTICULO NOVENO.-** Las participaciones en esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello el consentimiento unánime de del capital social, que la sesión se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones de la Ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios. En caso de cesión de participaciones se anulara el certificado original y se emitirá un nuevo. **ARTICULO DECIMO.-** Las participaciones de los socios de esta compañía son transmisibles por herencia de acuerdo a la ley. **ARTICULO DECIMO PRIMERO.-** La compañía formara obligatoriamente un fondo de reserva legal por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidas y realizadas. **CAPITULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS, SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES. ARTICULO DECIMO SEGUNDO.-** Son obligaciones de los socios: A.- Las que señala la Ley de Compañías; B.- y las demás que señale este estatuto. **ARTICULO DECIMO TERCERO.-** Los socios de la compañía tienen los siguientes Derechos





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

y atribuciones: A.- Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente, o mediante poder conferido a un socio o extraño, ya que se trate de poder notarial o de carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión, y el poder a un extraño será necesariamente notariado. Por cada participación el socio o su mandatario tendrá derecho a un voto; B.- A elegir y ser elegido para los organismos de administración; C.- A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones pagadas. Lo mismo respecto del acervo social, de producirse la liquidación; D.- Los demás Derechos previstos en la Ley y este estatuto. **ARTICULO DECIMO CUARTO.-** La responsabilidad de los socios de la compañía por las obligaciones sociales se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley. **CAPITULO CUARTO.- DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACION.** **ARTICULO DECIMO QUINTO.-** El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS, EL PRESIDENTE Y EL GERENTE GENERAL. **SECCION UNO.- DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.** **ARTICULO DECIMO SEXTO.-** La Junta General de Socios es el órgano supremo de la compañía y está conformada por los socios legalmente convocados y reunidos en número suficiente para formar quórum. **ARTICULO DECIMO SEPTIMO.-** Las sesiones de Junta General de Socios son ordinarias y extraordinarias, se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta General de Socios, en la modalidad de Junta Universal, esto es que, la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**



cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad, acepten por unanimidad la celebración de la junta, entendiendo de esta forma legalmente convocada y válidamente constituida.

**ARTICULO DECIMO OCTAVO.-** Las juntas ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, y las juntas extraordinarias se podrán realizar en cualquier tiempo en las que fueren convocadas. En las sesiones de junta general tanto ordinarias como extraordinarias se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas. **ARTICULO DECIMO NOVENO.-** Las Juntas Generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el Presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios y con ocho días por lo menos de anticipación al señalado para cada sesión de junta. La convocatoria indicará el lugar, fecha, hora y el orden del día objeto de la sesión, de conformidad con la ley. **ARTICULO VIGESIMO.-** El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será más de la mitad del capital social por lo menos; en segunda convocatoria se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá continuar válidamente sin el quórum establecido. **ARTICULO VIGESIMO PRIMERO.-** Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señale este estatuto y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. **ARTICULO VIGESIMO SEGUNDO.-** Las resoluciones de la Junta



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

General de socios tomadas con arreglo a la ley y a lo que dispone el presente estatuto, obligara a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto, estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones. **ARTICULO VIGESIMO TERCERO.-** Las sesiones de Junta General de Socios, serán presididas por el Presidente de la compañía y en su ausencia por la persona designada en cada caso de entre los socios. Actuará de secretario el Gerente General o el socio que, en su falta, la junta elija en cada caso. **ARTICULO VIGESIMO CUARTO.-** Las actas de las sesiones de la Junta General de socios se llevaran a máquina o en computadora, en hojas debidamente foliadas, numeradas, escritas en el anverso y reverso, anulados los espacios en blanco, las mismas que llevaran las firmas del Presidente y Secretario. De cada sesión de junta se formara un expediente que contendrá la copia del acta, los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido realizada legalmente, así como todos los documentos que hubiesen sido conocidos por la junta. En todo caso, en lo que se refiere a las actas y expedientes se estará a lo dispuesto en el reglamento sobre Junta General de Socios y Accionistas. **ARTICULO VIGESIMO QUINTO.-** Son atribuciones privativas de la Junta General de Socios: A.- Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prorroga del plazo de duración y en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y al estatuto. B.- Nombrar al Presidente, al Gerente General señalándoles sus remuneraciones, y removerlos de sus cargos por causas justificadas. C.- Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**



administradores. D.- Resolver sobre la forma de reparto de utilidades. E.- Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales, facultativos o extraordinarios. F.- Resolver cualquier asunto que no sea de competencia privada del Presidente o del Gerente General y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía. G.- Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda en los que se presente sobre las disposiciones del estatuto y sobre las convenciones que rigen la vida social. H.- Acordar la venta y gravámenes de los bienes inmuebles de la compañía. I.- Aprobar el presupuesto de la compañía. J.- Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones y oficinas de la compañía. K.- Fijar la clase y monto de las cauciones que tengan que rendir los empleados que manejen bienes y valores de la compañía. L.- designar a los empleados de la compañía. LL.- Fijar la cuantía de los actos y contratos para los que el gerente general pueda actuar solo, la cuantía desde y hasta lo que debe actuar conjuntamente con el presidente, y la cuantía de los actos y contratos que requieran autorización de la Junta General de Socios, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías. M.- Los demás que señale la Ley de Compañías y este estatuto. Toda resolución de la Junta General de Socios que implique reforma del contrato social se tomara previo proyecto presentado por el Gerente General y para su aprobación se requiere de los votos de las dos terceras partes del capital social presente, prevaleciendo esta sobre cualquier otra disposición.

**ARTICULO VIGESIMO SEXTO.-** Las resoluciones de la Junta General de Socios son obligatorias desde el momento que son tomadas válidamente. **SECCION SEGUNDA.- DEL PRESIDENTE**



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**ARTICULO VIGESIMO SEPTIMO.-** La Junta General de Socios elegirá al Presidente de la sociedad quien ejercerá dichas funciones por el tiempo de cinco años, pudiendo ser reelegido indefinidamente. El Presidente actuando separadamente o en forma conjunta con el Gerente General, es el representante legal, judicial y extrajudicial de la Compañía, siendo por consiguiente su representante en juicio o fuera de él. **ARTICULO VIGESIMO OCTAVO.-** Son deberes y atribuciones del Presidente de la Compañía; A.-Ser el representante legal, judicial y extrajudicial de la Compañía, actuando en forma separada o conjunta con el Gerente general. B.-Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de las funciones de los servidores de la misma e informar de estos particulares a la junta general de socios. C.- Convocar y presidir las sesiones de la junta general de socios, y suscribir las actas. D.- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de las políticas de la entidad. E.- Reemplazar al Gerente General, por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias, mientras dure la ausencia o hasta que la Junta General de Socios designe al sucesor y se haya inscrito su nombramiento, y aunque no se le hubiese encargado por escrito. F.- Firmar el nombramiento del Gerente General y conferir certificaciones sobre el mismo. G.- Inscribir su nombramiento en el Registro Mercantil. H.- Las demás que le señale la Ley de Compañías, el Estatuto, el Reglamento, y la Junta General de Socios. **SECCION TERCERA.- EL GERENTE GENERAL.-** **ARTICULO VIGESIMO NOVENO.-** Gerente General será nombrado por la Junta General de Socios y durara cinco años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida, puede ser socio o no. El





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**



Gerente General actuando en forma conjunta o por separado con el Presidente de la Compañía, es el Representante legal, judicial y extrajudicial de la sociedad, siendo por lo tanto su representante en juicio o fuera de el. **ARTICULO TRIGESIMO.-** Son deberes y atribuciones del Gerente General de la Compañía: A.- Representar legalmente a la compañía en forma judicial y extrajudicial, actuando separadamente o en forma conjunta con el Presidente. B.- Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía. C.- Dirigir la gestión económica – financiera de la compañía. D.- Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía. E.- Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía. F.- Realizar inversiones, adquisiciones, y negocios, sin necesidad de firma conjunta con el presidente, hasta la cuantía que se encuentre autorizado por la Junta General de Socios, sin perjuicio a lo establecido en el Artículo doce de la Ley de Compañías. G.- suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo. H.- Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil. I.- Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de junta. J.- Manejar las cuentas bancarias de la compañía según sus atribuciones. K.- Presentar a la junta general de socios un informe, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la forma de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico. L.- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios. LL.- Subrogar al Presidente en caso de ausencia o impedimento temporal o definitivo. M.- Ejercer y cumplir las demás



**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

atribuciones deberes y responsabilidades que establece la Ley, el presente estatuto, el reglamento, y las que señale la Junta General de Socios. **CAPITULO QUINTO.- FISCALIZACION Y CONTROL.- ARTICULO TRIGESIMO PRIMERO.-** La Junta General de Socios podrá contratar en cualquier tiempo la asesoría contable o auditoria de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia. En lo que se refiere a Auditoría externa, se estará a lo que dispone la ley. **CAPITULO SEXTO.- DISOLUCION Y LIQUIDACION.- ARTICULO TRIGESIMO SEGUNDO.-** La disolución y liquidación de la compañía se reglamenta por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección doce de esta ley, así también por lo establecido en el Reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto. **CUARTA.- SUSCRIPCION Y PAGO DE APORTACIONES.-** Los socios fundadores suscriben íntegramente el capital social de la compañía el mismo que es de CUATROCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, dividido en cuatrocientas participaciones de un dólar de los Estados Unidos de América cada una, de conformidad con el siguiente detalle: MANUEL FRANCISCO VERDUGO SILVA, con Doscientas participaciones; y, BORIS FERNANDO MEJIA REGALADO, con Doscientas participaciones. La compañía se funda con el cien por ciento del capital social pagado por los socios fundadores, por lo que se acompaña la certificación de depósito bancario correspondiente, de la apertura de la cuenta de integración de capital por un valor de CUATROCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMERICA. **QUINTA.-**



**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**

**NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.-** Para los periodos señalados en los artículos 27 y 29 del estatuto, se designa como Presidente de la compañía al Ingeniero MANUEL FRANCISCO VERDUGO SILVA, y como Gerente General de la misma al Ingeniero BORIS FERNANDO MEJIA REGALADO, respectivamente. **SEXTA.- CUANTÍA.-** La cuantía es de Cuatrocientos Dólares de los Estados Unidos de América. **DISPOSICIONES TRANSITORIAS.-** Los concurrentes a la celebración de la presente escritura pública, declaran que es su voluntad fundar y constituir la CONSTRUCTORA M & V MEJIA & VERDUGO CIA.LTDA. Encontrándose conforme con el texto de los estatutos, los mismos que han sido elaborados discutidos y aprobados durante las sesiones convocadas específicamente para este hecho por los socios. Los concurrentes han designado al Doctor Andrés Valencia Arévalo, para que impulse ante la Superintendencia de Compañías y demás autoridades, los trámites que fueren necesarios para conformar legalmente esta Compañía, hasta la inscripción de la misma en el Registro Mercantil del Cantón Cuenca. Usted Señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de rigor para la validez de la presente escritura e incorporar los documentos que acompañó como habilitantes. Atentamente. Doctor Andres Valencia Arevalo, Abogado matricula numero dos mil ciento noventa y tres del Colegio de Abogados del Azuay. HASTA AQUÍ LA MINUTA. VIENEN LOS DOCUMENTOS HABILITANTES.



**ESPACIO EN BLANCO**







Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social

INGRESOS EGRESOS DE CAJA

Page 1 of 1

**BANCO DEL PICHINCHA**


**NOTA DE INGRESO DE CAJA**

Depósito en efectivo

**Agencia:** 22 - CUENCA  
**Fecha:** 2012/01/23  
**Deal ticket:** 560100229  
**Solicitado por:** MFCALDER - CALDERON MARCHAN MARIA FERNANDA  
**Aplicación:** WT  
**Motivo:** EMISION INTEGRACION DE CAPITAL  
**Moneda:** DOLARES  
**Monto:** 400.00  
**Descripción:** CONSTRUCTORA M  
**Nro. De documento:**  
**Nro. De soporte:**

  
Firma del Solicitante

ESTE DOCUMENTO NO CERTIFICA PAGO ALGUNO. LA TRANSACCION DE ABONO O CANCELACION SE VALIDA EXCLUSIVAMENTE CON EL TERMICO Y SELLO DE CAJA CORRESPONDIENTE.


 **BANCO PICHINCHA**  
Ma. Fernanda Calderon  
Ejecutivo de Negocios  
Agencia L

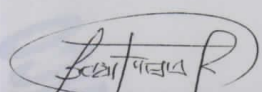


**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**



HASTA AQUÍ LOS DOCUMENTOS HABILITANTES.- LEIDA  
QUE LES FUE LA PRESENTE ESCRITURA PUBLICA A LOS  
OTORGANTES POR MI EL NOTARIO, SE RATIFICAN EN SU  
CONTENIDO Y FIRMAN CONMIGO EN UNIDAD DE ACTO.  
DOY FE.



  
F) MANUEL FRANCISCO VERDUGO SILVA  
C.C 03013975 76

  
F) BORIS FERNANDO MEJIA REGALADO  
C.C 010213751-0

SE OTORGO ANTE MI, EN FE DE ELLO CONFIERO ESTA  
COPIA CERTIFICADA QUE LA FIRMO Y SELLO  
EL MISMO DIA DE SU CELEBRACION

  
 Dr. Wilson Peña Castro  
NOTARIO DECIMO SEGUNDO DEL CANTON CUENCA





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

DOY FE.- Que en fecha de hoy 14 de Febrero del año 2012, he tomado nota al margen de la escritura matriz de Constitución de Compañía, según resolución No. SC.DIC.C.12.103, dictada por el Intendente de Compañías de Cuenca Dr. Santiago Jaramillo Malo, en fecha 07 de Febrero del 2012.-

  
**Dr. Wilson Peña Castro**  
NOTARIO DECIMO SEGUNDO  
DEL CANTON CUENCA

**ESPACIO EN BLANCO**

  
**NOTARIA DECIMA SEGUNDA**  
**CUENCA ECUADOR**

**ESPACIO EN BLANCO**

fo -





**Universidad de Cuenca**  
**Escuela de Comunicación Social**

**Registro Mercantil Cuenca**

ZON: Con esta fecha queda inscrito el presente documento y la Resolución No. SC.DIC.C.12.103 de la Intendencia de Compañías de Cuenca, de fecha siete de febrero del dos mil doce, bajo el No. 120 del **REGISTRO MERCANTIL**. Queda archivada la Segunda copia de la escritura pública de constitución de la compañía denominada: **CONSTRUCTORA M&V MEJIA & VERDUGO CIA. LTDA.** Se da así cumplimiento a lo dispuesto en el artículo Segundo literal b) de la citada Resolución de conformidad a lo establecido en el Decreto No. 733 de veinte y dos de Agosto de mil novecientos setenta y cinco, publicado en el Registro Oficial 881, de veinte y nueve de agosto del mismo año. Se anoto en el Repertorio con el No. 1.488. **CUENCA, VEINTE Y CUATRO DE FEBRERO DEL DOS MIL DOCE.- LA REGISTRADORA.-**

ocr.

Dra. Verónica Vázquez L.  
Registradora Mercantil  
del Cantón Cuenca







**Universidad de Cuenca  
Escuela de Comunicación Social**

**NOMBRAMIENTO GERENTE GENERAL**

10996

Cuenca, 27 de Febrero de 2012

Ingeniero  
Boris Fernando Mejía Regalado  
Ciudad.

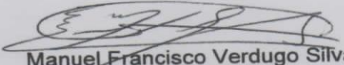
De mi consideración:

Tengo a bien informar a Usted, que mediante escritura pública de Constitución de la Compañía CONSTRUCTORA M & V MEJIA & VERDUGO CIA. LTDA., celebrada el día 26 de enero de 2012, ante el Notario Décimo Segundo del cantón Cuenca, se designó a Usted como Gerente General y Representante Legal, judicial y extrajudicial de la Compañía, por el periodo estatutario de Cinco años, contados desde la fecha de inscripción de este documento en el Registro Mercantil del Cantón Cuenca, usted ejercerá la representación legal de la compañía ya sea en forma separada o conjunta con el Presidente.

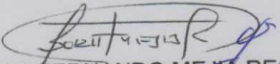
Sus funciones constan en los Art. 29 y 30 del Estatuto Social de la compañía constante en la Escritura Pública otorgada el día 26 de Enero de 2012, ante el Notario Décimo Segundo del cantón Cuenca, e inscrita en el Registro Mercantil de ese mismo cantón, en fecha veinte y cuatro de febrero de dos mil doce, bajo el número 120.

Particular que pongo a su conocimiento para los fines legales pertinentes.


Atentamente.

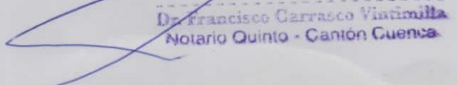
  
Manuel Francisco Verdugo Silva  
PRESIDENTE

En la Ciudad de Cuenca a los 27 días del mes de Febrero de dos mil doce; Yo BORIS FERNANDO MEJIA REGALADO, acepto la designación de GERENTE GENERAL Y REPRESENTANTE LEGAL, JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL de la compañía "CONSTRUCTORA M & V MEJIA & VERDUGO CIA. LTDA.," para lo cual me posesiono de dicho cargo en legal forma.

  
BORIS FERNANDO MEJIA REGALADO  
010213751-0

**DOY FE:** Que la (s) FOTOCOPIA(S) que Con esta fecha queda inscrito el presente en (s) fecha (s) que al común de su (s) respectiva (s) inscripción bajo el No. 381 del Cuenca, a 28 de febrero de 2012. Registro de Nombramientos. Cuenca, a 28 FEB 2012



  
Dr. Francisco Carrasco Vintimilla  
Notario Quinto - Cantón Cuenca